

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATION* PT  
ANEKA TAMBANG TBK UBPP LOGAM MULIA DALAM  
MENYAMPAIKAN KONTEN EDUKASI EMAS SEBAGAI  
UPAYA OPTIMALISASI *CUSTOMER ENGAGEMENT*  
(Studi Pada *Instagram @antamlogammulia*)**

**Tugas Akhir**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**APRILIAN CAHYA PERSADA**

**1161003065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang di kuti saya nyatakan benar**

Nama : Aprilian Cahya Persada

NIM : 1161003065

Tanda tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aprilian' with a stylized flourish at the end.

Aprilian Cahya Persada

Tanggal : 4 Maret 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aprilian Cahya Persada

NIM : 1161003065

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Implementasi *Cyber Public Relations* PT Aneka Tambang TBK UBPP Logam Mulia Dalam Menyampaikan Konten Edukasi Emas Sebagai Upaya Optimalisasi *Customer Engagement* (Studi Pada *Instagram @antamlogammulia*)

Telah berhasil dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian prasyarat yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac (  )

Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si (  )

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si (  )

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Tanggal : 4 Maret 2022

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Implementasi Cyber Public Relations PT Aneka Tambang TBK UBPP Logam Mulia Dalam Menyampaikan Konten Edukasi Emas Sebagai Upaya Optimalisasi Customer Engagement (Studi Pada Instagram @antamlogammulia)**” ini dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Peminatan *Corporate Communication* Universitas Bakrie. Dalam penulisan skripsi, penulis telah melewati beberapa hambatan, namun dengan doa, bimbingan, kerjasama berbagai pihak, serta izin Allah SWT, hambatan tersebut dapat teratasi. Hingga tugas akhir ini selesai, tidak lepas dari bantuan banyak pihak, maka dari itu pada kesempatan ini ingin menyampaikan ucapan syukur dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang sudah memberikan bantuan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bukti syukur ini saya tujukan kepada :

Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

### **1. Allah SWT**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis diberi kekuatan, kesehatan, kesabaran dan panjang umur sehingga dapat membuat dan menyelesaikan laporan magang dengan baik.

### **2. Orang Tua dan Kakak**

Terimakasih kepada orang tua dan keluarga saya, terima kasih mama, papa, kakak yang selalu mendukung, memberikan doa dan memotivasi penulis agar tetap semangat dalam menyusun tugas akhir juga selalu mengingatkan untuk tetap fokus dan ibadah tepat pada waktunya.

**3. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac**

Terima kasih kepada Ibu Mirana yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga selesai, terimakasih atas ilmu, saran serta kritiknya. Tanpa bimbingan dari Ibu, saya tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

**4. Dosen Penguji**

Terima kasih kepada Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si dan Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji sewaktu sidang karena telah memberi masukan, saran dan arahan untuk melakukan revisi terkait Tugas Akhir penulis.

**5. Suharyanti, Dra., M.S.M**

Terima kasih kepada Ibu Surhayanti selaku Ketua KAPRODI Ilmu Komunikasi dan Pembimbing Akademik saya yang telah membina mahasiswa/inya hingga ditahap ini.

**6. Informan Penelitian**

Terimakasih kepada Bapak Ganjar Sulastomo selaku *Head Of Marketing Communication* PT Antam, Bapak Heru Suseno selaku *Exhibition and Promotion Department Head* PT Antam, dan informan pendukung lainnya.

**7. Bestie**

Terima kasih kepada Yoana, Edeleyna, Sasa, Daffa yang sudah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan memberikan dukungan yang penuh kasih.

**8. Sahabat dan kerabat**

Terima kasih kepada Manda, Nisa, Febi, Shandra, Yunita, Linda serta kerabat lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih sudah menemani dan memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi ini berlangsung.

**9. Civitas Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada seluruh dosen, staf akademik, staf sekretariat, dan staf perpustakaan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

**10. Ilmu Komunikasi 2016**

Terima kasih kepada KOMUNAL 2016, yang telah berjuang sejak awal semester dan menjadi *support system* selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kenangan manis selama masa perkuliahan, semoga sukses selalu.

Jakarta, 4 Maret 2022



Aprilian Cahya Persada

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aprilian Cahya Persada

NIM : 1161003065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Implementasi *Cyber Public Relations* PT Aneka Tambang TBK  
UBPP Logam Mulia Dalam Menyampaikan Konten Edukasi Emas Sebagai  
Upaya Optimalisasi *Customer Engagement* (Studi Pada *Instagram*  
@antamlogammulia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 4 Maret 2022

Yang menyatakan,



Aprilian Cahya Persada

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*  
PT ANEKA TAMBANG TBK UBPP LOGAM MULIA  
DALAM MENYAMPAIKAN KONTEN EDUKASI EMAS  
SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI *CUSTOMER ENGAGEMENT*  
(STUDI PADA *INSTAGRAM @antamlogammulia*)**

**APRILIAN CAHYA PERSADA**

---

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi yang begitu masif menjadikan segala aktivitas manusia saat ini tidak dapat terlepas dari teknologi. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) turut memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan fungsinya sebagai perusahaan yang menyejahterakan masyarakat serta untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholdernya*. Penelitian ini membahas mengenai “Analisis Implementasi *Cyber Public Relations* PT Aneka Tambang Tbk UBPP Logam Mulia Dalam Menyampaikan Konten Edukasi Emas Sebagai Upaya Optimalisasi *Customer Engagement* (Studi Pada *Instagram @antamlogammulia*)”. Penelitian diteliti menggunakan teori elemen *Cyber PR* oleh Philips dan Young dan Teori *Customer Engagement* oleh Evans. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam pada sembilan informan dan seorang triangulator yang dilakukan secara *online*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *cyber PR* yang dijalankan oleh PT Aneka Tambang UBPP LM melalui *Instagram* telah menciptakan *customer engagement* hingga pada tahap kolaborasi. Kegiatan *cyber PR* yang dilakukan dinilai cukup baik dengan memperhatikan elemen *cyber PR* diantaranya *Transparency*, *Internet Porosity*, *The Internet as an Agent*, dan *Rich and Reach in Content*. Dimana informan merasa cukup puas dengan konten edukasi yang dibagikan, namun masih terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki.

**Kata Kunci:** *Customer Engagement*, *Cyber Public Relations*, *Instagram*, Konten Edukasi Emas, Logam Mulia



***THE ANALYSIS OF IMPLEMENTATION CYBER PUBLIC RELATIONS  
OF PT ANEKA TAMBANG TBK UBPP LOGAM MULIA  
IN DELIVERING GOLD EDUCATIONAL CONTENT  
FOR OPTIMIZE CUSTOMER ENGAGEMENT  
(STUDY ON INSTAGRAM @antamlogammulia)***

**APRILIAN CAHYA PERSADA**

---

***ABSTRACT***

The development of technology and information is so massive that all human activities today cannot be separated from technology. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) also use technology to carry out their functions as companies that improve the welfare of the community and to establish good relations with their *stakeholders*. This study discusses about "The Analysis of Implementation *Cyber Public Relations* of PT Aneka Tambang Tbk UBPP Logam Mulia in Delivering Gold Educational for Optimize *Customer Engagement* (Study on *Instagram @antamlogammulia*)". The research was investigated using the elements of *Cyber PR* theory by Philips and Young and *Customer Engagement* theory by Evans. The research method is case study with a qualitative approach. The data were obtained through in-depth interviews with nine informants and a triangulator conducted online way. The results of this study indicate that the *cyber PR* activities carried out by PT Aneka Tambang UBPP LM through *Instagram* have created *customer engagement* up to the collaboration stage. The *cyber PR* activities carried out were considered quite good by paying attention to *cyber PR* elements including transparency, internet porosity, the internet as an agent, and richness in content and reach. Where the informant was quite satisfied with the educational content that was distributed, but there were still have some things that needed to be improved.

***Keywords*** : *Customer Engagement, Cyber Public Relations, Gold Educational Content, Logam Mulia*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran .....	19
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.1.3 Empat Model Mengelola <i>Public Relations</i> .....	21
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i> .....	22
2.2.2.1 Pengertian <i>Cyber Public Relations</i> .....	22
2.2.2.2 Elemen <i>Cyber Public Relations</i> .....	23
2.2.3 Edukasi.....	25
2.2.4 <i>Media Sosial</i> .....	25
2.2.5 <i>Media Sosial Instagram</i> .....	26
2.2.6 <i>Customer Engagement</i> .....	27

2.2	Kerangka Pemikiran.....	30
<b>BAB III</b>	.....	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	.....	<b>31</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	31
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	32
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1	Sumber Data.....	32
1.	Data Primer.....	32
2.	Data Sekunder.....	33
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	41
3.7	Keterbatasan Penelitian.....	41
<b>BAB IV</b>	.....	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>43</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Profil PT. Antam Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia (UBPP LM).....	43
4.1.2	Visi dan Misi PT Antam Tbk UBPP LM.....	44
4.1.3	Logo PT Antam Tbk dan UBPP Logam Mulia.....	45
4.2	Gambaran Subjek Penelitian.....	51
4.3	Hasil Penelitian.....	57
4.3.1	Kegiatan <i>Cyber Public Relations</i> PT Antam Tbk UBPP LM Pada Media Sosial <i>Instagram @antamlogammulia</i> .....	57
4.4	Pembahasan Penelitian.....	99
<b>BAB V</b>	.....	<b>109</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>109</b>
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia ...	3
Gambar 1.3 Akun <i>Instagram</i> @antamlogammulia.....	5
Gambar 2.1 Tahapan <i>Customer Engagement</i> .....	29
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1. Logo PT Antam Tbk.....	46
Gambar 4.2 Logo Logam Mulia.....	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Antam Tbk UBPP LM.....	49
Gambar 4.4 Informan Ganjar Sulastomo, S.T, M.M, M.T.....	53
Gambar 4.5 Informan Heru Suseno.....	54
Gambar 4.6 Informan Dalinta Sempaati.....	54
Gambar 4.7 Informan Dian Eka.....	55
Gambar 4.8 Informan Paramitha Indahsary.....	55
Gambar 4.9 Informan Allan Santoso.....	56
Gambar 4.10 Informan Paksi Erlangga.....	56
Gambar 4.11 Informan Respati Pratama.....	57
Gambar 4.12 Informan Ayub Muslih.....	57
Gambar 4.13 Informan RR.Roosita Cindrakasih.....	58
Gambar 4.14 <i>Instagram</i> @antamlogammulia.....	60
Gambar 4.15 Konten Edukasi Emas I.....	61
Gambar 4.16 Konten Edukasi Emas II.....	61
Gambar 4.17 Konten Edukasi Emas III.....	62
Gambar 4.18 Konten Edukasi Emas IV.....	63
Gambar 4.19 Konten Edukasi Emas V.....	64
Gambar 4.20 Konten Edukasi Emas VI.....	64
Gambar 4.21 Konten Edukasi Emas VII.....	65
Gambar 4.22 Konten Edukasi Emas VIII.....	66
Gambar 4.23 Konten Edukasi Emas IX.....	67

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3.1 Informan.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara Dengan Head Of Marketing Communication.....	122
Lampiran 2 : Wawancara Dengan Exhibition and Promotion Department Head.....	129
Lampiran 3 : Wawancara Dengan Admin Media Sosial PT Antam.....	138
Lampiran 4 : Wawancara Dengan Customer Relationship PT Antam.....	144
Lampiran 5 : Wawancara Dengan Informan 1.....	151
Lampiran 6 : Wawancara Dengan Informan 2.....	155
Lampiran 7 : Wawancara Dengan Informan 3.....	160
Lampiran 8 : Wawancara Dengan Informan 4.....	164
Lampiran 9 : Wawancara Dengan Informan 5.....	168
Lampiran 10 : Wawancara Dengan Triangulator.....	171